

BAB I

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia peternakan terutama di dunia perunggasan saat ini sangat berkembang pesat. Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang banyak masyarakatnya mengkonsumsi daging ayam. Daging ayam dikenal sebagai salah satu hasil ternak yang memiliki banyak kandungan protein yang baik untuk tubuh manusia. Oleh karena itu banyak peternak kecil yang mulai merintis usahanya di bidang ternak unggas broiler. Broiler adalah jenis ternak unggas yang memiliki pertumbuhan yang cepat. Sekitar 4 minggu sudah siap panen. Ayam broiler yang baik dilihat dari genetik, sistem pemeliharaan, lingkungan dan pakan.

Marketing mix atau bauran pemasaran adalah suatu strategi pemasaran yang dilaksanakan secara terpadu atau strategi pemasaran yang dilakukan secara bersamaan dengan penerapan elemen strategi yang ada di dalam *marketing mix* itu sendiri. *Marketing mix* ada 4 macam yaitu *product* (produk), *place* (tempat), *price* (harga), *promotion* (promosi). *Product* (produk) yaitu barang atau jasa yang dibutuhkan oleh satu orang atau kelompok. Dalam suatu produk perlu diperhatikan kualitas dan kuantitasnya karena seorang konsumen itu tidak hanya membeli namun juga menginginkan kepuasan terhadap produk yang dibelinya. *Place* (tempat) adalah tempat bertemunya pedagang dan pembeli dimana nantinya akan terjadi suatu transaksi dalam membeli produk. *Price* (harga) merupakan satuan yang ditetapkan untuk suatu produk atau jasa dimana nantinya konsumen

akan melakukan tawar-menawar harga dengan produsen untuk mendapatkan harga yang akan disepakati oleh kedua belah pihak. *Promotion* (promosi) merupakan cara untuk menawarkan suatu produk atau jasa kepada konsumen. Promosi bisa dilakukan dengan cara membuat *pamphlet*, memasang spanduk, melalui media internet, SMS ataupun telepon.

Pemasaran merupakan kegiatan untuk memasarkan suatu produk atau jasa yang memiliki nilai guna dan kualitas kepada pihak yang membutuhkan. Proses pemasaran akan membentuk saluran pemasaran. Biasanya dalam memasarkan ayam rasa ataupun ayam buras akan terbentuk saluran pemasaran yang lumayan panjang. Saluran pemasaran yang panjang akan membuat biaya pemasaran semakin mahal. Saluran pemasaran yang panjang tersebut perlu diperpendek untuk memperkecil selisih harga antara produsen dan konsumen. Besar kecilnya biaya pemasaran tergantung pada besar kecilnya kegiatan pemasaran dan fasilitas yang digunakan oleh lembaga pemasaran. Margin pemasaran dipengaruhi oleh perubahan biaya pemasaran, keuntungan pedagang perantara serta harga yang dibayar konsumen dan harga yang diterima produsen.

Tujuan dari kegiatan Praktek Kerja Lapangan adalah untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa di bidang pemasaran dan untuk melakukan magang kerja pada pemasaran ayam broiler di CV. Berkah Putra Chicken. Manfaat dari kegiatan Praktek Kerja Lapangan adalah untuk memperoleh pengalaman kerja dalam bidang pemasaran ayam broiler yang dilakukan di CV. Berkah Putra Chicken, serta dapat memahami dan melihat langsung agar tumbuhnya motivasi untuk membangun peternakan ayam broiler.